



**Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática**

**Escuela Profesional de Ingeniería de Sistemas**

**Implementación de una estrategia CRM para la  
mejora en la calidad de servicios en empresas del  
rubro de reparación y mantenimiento de compresoras  
de aire. Caso: KOMPRESSUR S.A.C.**

**TESIS**

Para optar el Título Profesional de Ingeniera de Sistemas

**AUTOR**

Erika Elizabeth ZORRILLA VILLARREAL

**ASESOR**

Carlos CÁNEPA PÉREZ

Lima, Perú

2015

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA CRM PARA LA MEJORA EN LA CALIDAD  
DE SERVICIOS EN EMPRESAS DEL RUBRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO  
DE COMPRESORAS DE AIRE. CASO: KOMPRESSUR S.A.C.**

Autor: ZORRILLA VILLARREAL, ERIKA ELIZABETH  
Asesor: CÁNEPA PÉREZ, CARLOS  
Título: Tesis para obtener el grado académico de Ingeniera de Sistemas.  
Fecha: Julio, 2015

---

**RESUMEN**

Actualmente la mayoría de empresas competitivas consideran al cliente como el centro del negocio, ya que son ellos los que aseguran su permanencia en el mercado. Debido a ello muchas de estas empresas aplican el CRM (Customer Relationship Management) como una estrategia de gestión que los ayude a mejorar la calidad de servicio, fidelizando a sus clientes y por ende aumentando sus utilidades.

En nuestro país existen pocas empresas del rubro de Mantenimiento y Reparación de Compresores de Aire que han implementado el CRM debido al gran temor de no ser una solución efectiva para el negocio, pero el crecimiento de cada una de ellas demuestra que implementar una estrategia de este tipo es una acción válida ya que les permite gestionar un adecuado servicio al cliente, brindando calidad y sobre todo fidelizando a cada uno de ellos.

Esta investigación tiene como objetivo mejorar la calidad de los servicios, brindando una atención personalizada basándose en la información obtenida de los mismos clientes.

Consideramos que todo lo mencionado podrá lograrse con la implementación de un CRM, sobre todo considerando que estaría alineado a la estrategia definida por la empresa KOMPRESSUR SAC, quién será la empresa colaboradora para nuestra investigación.

Palabras clave: CRM (Customer Relationship Management), mantenimiento y reparación de compresores de aire, fidelización, servicio de calidad.

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS E INFORMÁTICA  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**

**IMPLEMENTATION OF A CRM STRATEGY FOR IMPROVING THE QUALITY OF  
SERVICES COMPANIES IN THE FIELD OF REPAIR AND MAINTENANCE OF AIR  
COMPRESSORS. CASE STUDY: KOMPRESSUR S.A.C.**

Author: ZORRILLA VILLARREAL, ERIKA ELIZABETH  
Adviser: CÁNEPA PÉREZ, CARLOS  
Title: Project to obtain the degree of System Engineer  
Date: July, 2015

---

### **ABSTRAC**

Currently most competitive companies consider the customer as the center of business because they are the ones that ensure their permanence in the market. As a result many of these companies apply the CRM (Customer Relationship Management) as a management strategy to help them to improve the quality of service, loyalty of its customers and thus increasing their profits.

In our country there are few companies in the field of Maintenance and Repair Air Compressors that have implemented the CRM because of the great fear of not being an effective solution for business, but the growth of each of them shows that implementing such a strategy type is a valid action by allowing them to manage customer adequate service, providing quality and above all loyalty of each.

This research aims to improve the quality of services, providing personalized attention based on information obtained from the same customers.

We believe that all of the above may be achieved by implementing a CRM, especially considering that would be aligned to the strategy defined by the company KOMPRESSUR SAC, who will be the partner company for our research.

Key words: CRM, maintenance and repair of air compressors, client loyalty, quality of service.